

PERANCANGAN E-CRM PENJUALAN PRODUK PADA KAKA COLLECTION

Dwi Afnita¹, Fauriatun Helmiah², Nurul Rahmadani³

¹Mahasiswa Prodi Sistem Informasi, STMIK Royal

²STMIK Royal

*email : dwi.afnita@gmail.com

Abstact : *Crime is a crime that cannot be tolerated and is a form of behavior related to human morality, harming society and violating the law. GIS is built based on geography or spatial. This object refers to the specification of the location in a data. Objects can be physical, cultural or economic displayed on a map to give a good picture of an object in accordance with its reality on earth. Therefore, a system is needed to provide spatial data that can later be used to prevent and monitor criminal acts. In this case the Geographic Information System (GIS) is the right choice, because GIS is a science based on computer software that is used to provide digital forms and analyzes of the earth's geographic surface so as to form a spatial information. The goals to be achieved in this research are to implement a website-based geographic information system to display data on crime-prone locations in Kisaran City and can help the public provide information to the public about crime-prone locations in Kisaran City.*

Keywords: *Crime, Geographic Information System (GIS), Asahan Police.*

Abstrak : Kriminalitas merupakan tindakan kejahatan yang tidak bisa ditoleransi serta bentuk tingkah laku yang berhubungan dengan moral kemanusiaan, merugikan masyarakat dan melanggar hukum. SIG dibangun secara berdasarkan pada geografi atau spasial. Objek ini mengarah pada spesifikasi lokasi dalam suatu data. Objek bisa berupa fisik, budaya atau ekonomi ditampilkan pada suatu peta untuk memberikan gambaran yang baik dari suatu objek sesuai dengan kenyataannya di bumi. Oleh karena itu dibutuhkan suatu sistem untuk menyediakan data spasial yang nantinya bisa digunakan untuk mencegah dan memantau tindak kriminalitas. Dalam hal ini Sistem Informasi Geografi (SIG) merupakan pilihan yang tepat, karena SIG merupakan ilmu pengetahuan yang berbasis pada perangkat lunak komputer yang digunakan untuk memberikan bentuk digital dan analisa terhadap permukaan geografi bumi sehingga membentuk suatu informasi keruangan. Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu dapat mengimplementasikan sistem informasi geografis berbasis website untuk menampilkan data lokasi rawan kriminalitas di Kota Kisaran dan dapat membantu masyarakat memberikan informasi kepada masyarakat tentang lokasi rawan kriminalitas di Kota Kisaran.

Kata Kunci : Kriminalitas, Sistem Informasi Geografis (SIG), Polres Asahan.

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis semakin cepat dan mendorong masing-masing perusahaan untuk selalu berkembang dan beradaptasi dengan perubahan untuk dapat memenangkan persaingan. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah banyak merubah kegiatan bisnis yaitu perubahan ke arah bisnis yang berbasis internet. Dengan didorong oleh kebutuhan akan peningkatan kinerja serta penghematan waktu dan biaya, maka internet menjadi salah satu media

komunikasi yang penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut, khususnya dalam menjalankan bisnis. Penerapan praktis dari teknologi internet pada dunia bisnis saat ini sudah semakin berkembang yakni berdagang di dunia maya dengan memanfaatkan internet yang kerap disebut dengan *e-commerce (electronic commerce)*.

Penerapan *e-commerce* dapat merubah kebiasaan pelanggan yang awalnya memesan dan membeli secara konvensional menjadi secara *online*. Waktu dan jarak tidak lagi menjadi

masalah dalam bertransaksi, karena melalui internet pelanggan mendapatkan informasi tentang produk yang diinginkan bahkan melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Sehingga perusahaan dapat memperluas jaringan pemasaran dan penjualannya, mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan keuntungan.

Pada dasarnya setiap perusahaan didirikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin, tetapi terkadang perusahaan cenderung melupakan bahwa pelanggan merupakan salah satu aset yang sangat berperan penting dalam membantu pencapaian tujuan tersebut, sehingga perusahaan kurang memperhatikan pelanggannya. Proses bisnis yang sering terjadi adalah pembeli melakukan transaksi, setelah transaksi selesai, antara pembeli dan perusahaan tidak terjadi kontak sehingga perusahaan kehilangan kesempatan untuk mendapat keuntungan yang lebih lanjut dari pembeli yang sama. Pelanggan mempunyai peran yang penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena jika perusahaan tidak mengenal pelanggannya dan apa yang mereka inginkan, maka perusahaan tidak dapat mempertahankan pelanggannya sehingga terjadi persaingan bisnis yang tak bisa dihindari. Pelayanan yang baik terhadap pelanggan akan memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga pelanggan mau kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan [1].

Persaingan bisnis bisa berarti persaingan merebut hati pelanggan. Pemenangnya bukan yang paling kuat atau yang paling besar, tetapi yang bisa memuaskan hati pelanggan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu menyadari bahwa keputusan pelanggan untuk membeli barang itu didasarkan pada kualitas produk, harga yang bersaing, dan kualitas pelayanan yang baik. Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dalam mendapatkan pelanggan, banyak perusahaan berlomba-lomba menarik pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, tetapi layanan yang tersedia kurang berfokus pada kebutuhan pelanggan secara personal. Hal ini mengakibatkan usaha yang mereka lakukan tidak mendapatkan hasil yang optimal. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi dalam menjalankan proses bisnis yang mengoptimalkan pemasaran, penjualan, dan pelayanan yang dikenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM).

CRM adalah salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk lebih mengetahui dan memahami pelanggannya, sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik serta membina hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan pelanggannya [2]. Penerapan CRM dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. CRM dapat diadaptasi dengan metode E-CRM (*Electronic Customer Relation Management*). Untuk menerapkan E-CRM dibutuhkan peranan dari sisi teknologi informasi dan sumber daya manusia perusahaan. Peranan teknologi informasi sebagai media yang terdepan dalam proses percepatan informasi yang menjadi alasan utama bagi pelaku bisnis untuk harus memiliki dan memanfaatkannya, seperti perbankan, jasa asuransi, penjualan yang memberikan pelayanan kepada pelanggan yang melakukan transaksi secara *online* atau menggunakan internet.

Penjualan merupakan pembelian sesuatu barang dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut, baik berupa barang elektronik, pakaian, makanan dan lainnya. Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang usaha penjualan pakaian yang meliputi baju, celana, tas, sepatu dan lainnya yang dijual pada pelanggan adalah Kaka Collection. Kurangnya media informasi dalam penjualan produk, hal ini dikarenakan pemilik belum mempunyai media perantara untuk menyampaikan informasi produk yang akan diberikan pada pelanggan, sehingga dapat mengakibatkan kurangnya informasi yang diketahui oleh pelanggan tetap atau calon pelanggan mengenai produk baru dan produk lama pada Kaka Collection.

Kemudian dalam melakukan proses pemesanan, pihak pelanggan menggunakan telepon atau juga pelanggan datang secara langsung ke Toko untuk melakukan proses pemesanan. Kaka Collection belum memiliki cara lain untuk melakukan proses pemesanan apabila pelanggan tidak memiliki waktu untuk datang ke Toko atau pelanggan tidak memiliki pulsa untuk menghubungi Toko ketika memesan produk. Hal ini merupakan salah satu kondisi yang harus dibenahi oleh pihak Toko, dalam hal ini adalah Kaka Collection.

Permasalahan lainnya yaitu pada proses pelayanan pelanggan belum adanya fasilitas

tambahan yang berfungsi melakukan interaksi antara Toko dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran dan kritik sehingga pelanggan tidak bisa memberikan kritik dan saran untuk Kaka Collection dan belum memiliki proses mengelola dan menyimpan data pelanggan yang dilakukan pada saat pelanggan membeli pakaian secara line telepon ataupun langsung datang ke Toko, hal tersebut membuat pemilik Toko kurang memperhatikan siapa pelanggan yang berpotensi menjadi pelanggan tetap, adapun jumlah pelanggan hingga tahun 2020 sebanyak 200 orang. Harapan dari pemilik Kaka Collection yaitu memiliki media untuk mempromosikan produknya kepada para pelanggan yaitu media internet, memiliki pelanggan diseluruh Indonesia, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin, pelanggan merasa aman dan nyaman berbelanja di Toko dan memiliki penyimpanan data pelanggan secara terkomputerisasi.

Oleh karena itu, permasalahan pada Kaka Collection perlu adanya suatu media yaitu berupa sistem yang mengintegrasikan antar pemasaran, pemesanan dan pelayanan pelanggan menjadi suatu aplikasi berbasis *online* yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, dengan membuat sebuah *website* yang mengimplementasikan konsep *Electronik Customer Relationship Management (E-CRM)*. Dengan adanya aplikasi E-CRM yang berbasis *website* diharapkan dapat menjadi solusi perusahaan dalam manajemen pelayanan perusahaan dan dapat memanfaatkan database pelanggan beserta keluhannya untuk menjadi masukan dan perbaikan perusahaan dan dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan (*order*) serta dijadikan sebagai media promosi produk perusahaan yang dapat menghemat biaya perusahaan dalam mempromosikan produk kepada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis menjadikan topik ini sebagai penulisan laporan tugas akhir dengan judul “**Perancangan E-CRM Penjualan Produk Pada Kaka Collection**”.

LANDASAN TEORI

1. Sistem Informasi Geografis

Sistem Informasi Geografis adalah suatu komponen yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, data geografis, dan sumber daya manusia yang bekerja bersama secara efektif

untuk memasukkan, menyimpan, memperbaiki, memperbaharui, mengelola, memanipulasi, mengintegrasikan, menganalisis, dan menampilkan data dalam suatu informasi berbasis geografis [8].

Sistem Informasi Geografis adalah suatu sistem berbasis data dengan memiliki kemampuan-kemampuan khusus dalam menangani data yang terferensi secara spesial, selain itu juga merupakan sekumpulan suatu operasi operasi yang dikenakan terhadap data tersebut. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa sistem informasi geografis dapat diartikan sebagai suatu pengelolaan data geografis yang bekerja pada sebuah perangkat keras untuk dapat menganalisis dan menginformasikan suatu letak wilayah untuk memecahkan suatu masalah geografis [9].

2. Subsistem SIG (Sistem Informasi Geografis)

Subsistem yang dimiliki oleh SIG yaitu data input, data output, data management, data manipulasi dan analisis [10].

Subsistem SIG tersebut dijelaskan dibawah ini:

1. **Data Input:** Subsistem ini bertugas untuk mengumpulkan dan mempersiapkan data spasial dan data atribut dari berbagai sumber. Subsistem ini pula yang bertanggung jawab dalam mengkonversi atau mentransformasi format data data aslinya ke dalam format yang digunakan oleh SIG.
2. **Data Output:** Subsistem ini menampilkan atau menghasilkan keluaran seluruh atau sebagian basis data baik dalam bentuk *softcopy* maupun bentuk *hardcopy* seperti: tabel, grafik, peta dan lain-lain.
3. **Data Management:** Subsistem ini mengorganisasikan baik data spasial maupun atribut ke dalam sebuah basis data sedemikian rupa sehingga mudah dipanggil, dan diedit.
4. **Data manipulasi dan analisis:** Subsistem ini menentukan informasi-informasi yang dapat dihasilkan oleh SIG. Selain itu, subsistem ini juga melakukan manipulasi dan permodelan data untuk menghasilkan informasi yang diharapkan.

METODE

Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang membahas tentang masalah dengan cara memaparkan, menafsirkan dan menuliskan pada suatu keadaan atau peristiwa yang nantinya dianalisis lalu mengambil sebuah kesimpulan yang umum dari permasalahan yang dibahas. Bentuk penelitian ini dilakukan melalui wawancara atau *observasi* langsung, bertujuan untuk menggambarkan mengenai suatu fakta-fakta atau suatu keadaan yang terdapat pada tempat penelitian dilakukan.

ANALISIS DAN PERANCANGAN

1. Analisis Sistem

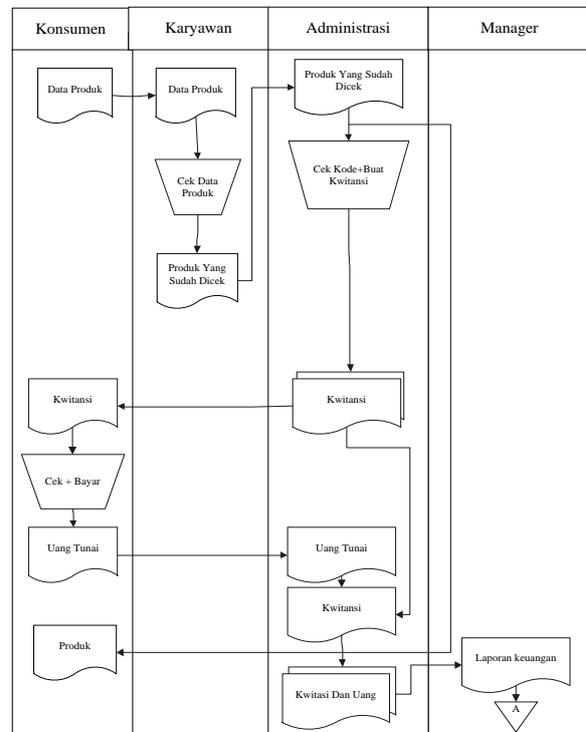
Analisis sistem yang sedang berjalan adalah salah satu teknik untuk melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap sistem yang ada pada PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia dengan analisis kelemahan dari sistem yang sedang berjalan dapat diketahui. Sistem yang berjalan saat ini penjualan Kecambah kelapa sawit yang manual pada PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia, jika kecambah kelapa sawit yang di cari tidak ada maka akan membuat Pelanggan kecewa terhadap waktu dan biaya untuk datang ke PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia.

Sistem yang dilakukan pada PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia masih dilakukan secara manual, dan dapat dijelaskan dengan aliran sistem berikut ini:

- Pelanggan melakukan pesanan kecambah kelapa sawit kepada karyawan.
- Karyawan mengecek dan mencatat data pesanan kecambah kelapa sawit yang dipilih oleh Pelanggan, kemudian data pesanan kecambah kelapa sawit tersebut diberikan ke bagian administrasi.
- Bagian administrasi mengecek kode kecambah kelapa sawit pesanan Pelanggan dan membuat faktur penjualan sebanyak 2 rangkap, lalu faktur penjualan tersebut diberikan kepada Pelanggan.
- Pelanggan mengecek faktur dan melakukan transaksi pembayaran
- Kemudian bagian administrasi memberikan kecambah kelapa sawit yang telah di bayar tersebut
- Bagian administrasi membuat laporan penjualan kecambah kelapa sawit berdasarkan faktur penjualan.

- Kemudian laporan penjualan tersebut diberikan kepada Manager PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia untuk diarsipkan.

Aliran Sistem Berjalan Pada PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia



Gambar 4.1 Aliran Sistem Berjalan

2. Aliran Sistem Usulan

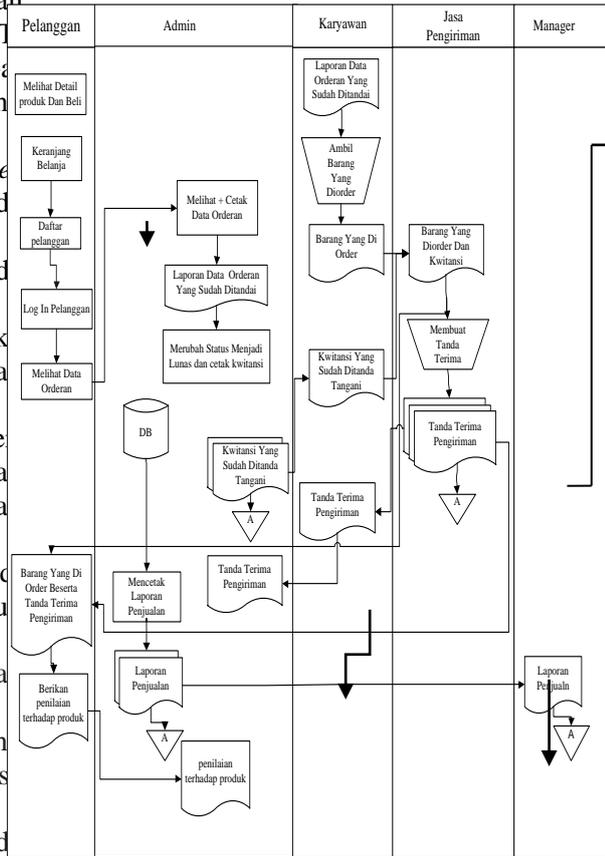
Dari penelitian yang dilakukan pada sistem yang lama, terdapat permasalahan yang harus diatasi dengan sistem yang baru, sebaiknya PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia menerapkan dan memakai sistem komputerisasi yang baru secara optimal pada proses pemasaran dan penyaluran informasi agar menghasilkan sistem yang lebih baik sesuai yang dibutuhkan. Diharapkan sistem yang diusulkan ini merupakan perubahan dan pengembangan seperti ada pemberian komentar dari Pelanggan tentang testimoni, adanya jasa pengiriman kecambah kelapa sawit yang mempermudah dalam transportasi pengiriman ke Pelanggan, kemudian pembayaran bisa melakukan dengan transfer, diskon, promo bagi Pelanggan lama dan lain sebagainya pada PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia saat ini .

Sistem yang akan diusulkan adalah suatu sistem perancangan atau *design Customer Relationship Management* untuk mendukung terwujudnya suatu sistem baru yang dapat

memajukan proses pemasaran dan penyampaian informasi mengenai produk yang di jual oleh PT ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia, agar dapat bersaing di dunia bisnis penjualan produk yang semakin maju ini.

Aliran sistem dengan *Customer Relationship Management* dapat dilihat pada gambar berikut:

- Pelanggan melihat daftar produk pada halaman utama.
- Jika Pelanggan ingin membeli produk, maka Pelanggan harus mengorder produk dengan memilih link beli.
- Setelah produk yang diinginkan telah diorder produk akan masuk kekeranjang belanja dan apabila selesai belanja, Pelanggan akan diarahkan ke form pendaftaran Pelanggan.
- Setelah selesai mendaftar dan menjadi Pelanggan, Pelanggan dapat login untuk melihat data orderan di form orderan.
- Kemudian admin melihat data orderan dan konfirmasi pembayaran oleh Pelanggan
- Kemudian karyawan mengambil barang yang diorder dan memberikan kepada jasa pengiriman, beserta kwitansi.
- Bagian jasa pengiriman membuat tanda terima untuk diberikan ke karyawan dan karyawan memberikan tanda terima ke admin. Kemudian jasa pengiriman mengirimkan barang beserta tanda terima ke Pelanggan yang mengorder.
- Admin merubah status order menjadi lunas dan mencetak laporan penjualan untuk di serahkan kepada Manager.
- Kemudian pelanggan memberikan penilaian kepada produk yang telah diterima.



Gambar 4.2 Aliran Sistem Usulan

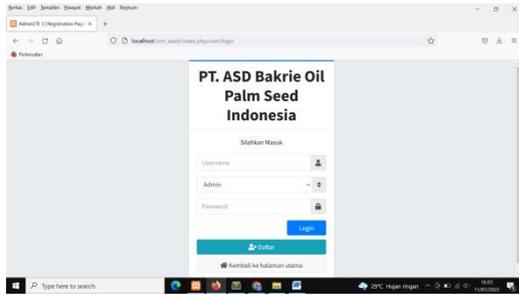
Aliran Sistem Usulan Pada PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia

IMPLEMENTASI DAN HASIL

Implementasi adalah penerapan atau pelaksanaan sebuah aplikasi. Dalam implementasi sistem ini akan menampilkan implementasi rancangan antarmuka. Implementasi rancangan antarmuka ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu implementasi rancangan antarmuka *user* dan implementasi rancangan antarmuka admin. Implementasi antarmuka *user* terdiri atas beberapa menu pilihan antara lain menu home, semua produk, keranjang belanja, testimoni dan *login*. Sedangkan pada implementasi rancangan antarmuka admin terdiri dari home, ganti *password*, profil beranda *online*, kategori produk, produk, order, ongkos kirim, laporan dan *logout*.

1. Halaman *Login*

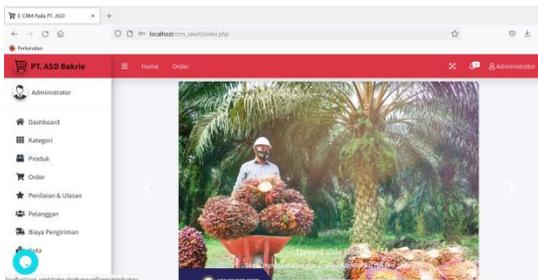
Halaman *login* merupakan halaman untuk klarifikasi hak admin untuk masuk ke dalam pengolahan sistem. Admin yang mempunyai *username* dan *password* yang sah berhak untuk masuk ke dalam sistem melalui halaman *login*, berikut tampilan halaman *login*:



Gambar 5.1 Tampilan Login

2. Halaman Home

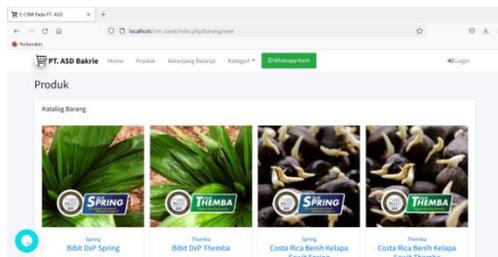
Halaman home merupakan halaman awal yang dijumpai setelah pengguna memasuki *website* PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia, berikut tampilan halaman *home*:



Gambar 5.2 Tampilan Halaman Home

3. Halaman Semua Produk

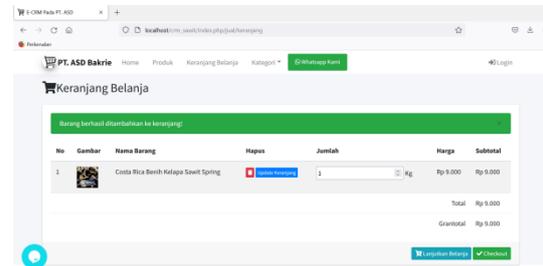
Halaman semua produk merupakan halaman yang berisi produk daftar produk-produk yang ada di *website* PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia. Berikut tampilan halaman semua produk:



Gambar 5.3 Tampilan Halaman Semua Produk

4. Halaman Keranjang Belanja

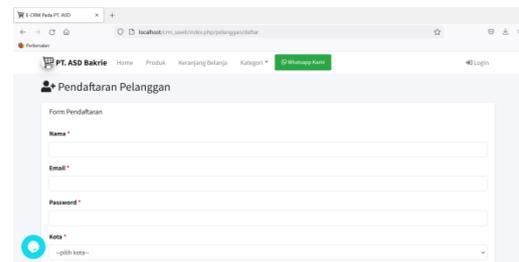
Halaman keranjang belanja merupakan halaman yang berisi produk daftar produk-produk yang akan dibeli. Berikut tampilan halaman keranjang belanja:



Gambar 5.4 Tampilan Halaman Keranjang Belanja

5. Halaman Daftar Dan Login Pelanggan

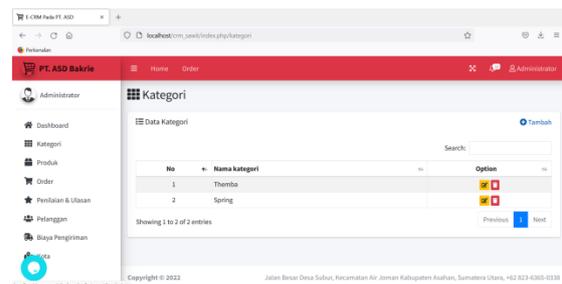
Saat calon pembeli sudah selesai berbelanja, maka akan masuk ke *form* pendaftaran Pelanggan dan *login* ketika selesai mendaftar. Berikut tampilan halaman daftar dan *login* Pelanggan:



Gambar 5.5 Tampilan Halaman Daftar Dan Login Pelanggan

6. Halaman Kategori Produk

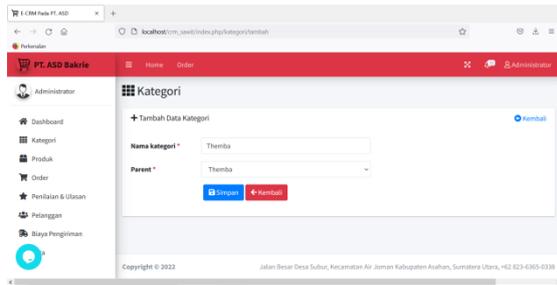
Halaman kategori produk merupakan halaman untuk admin mengolah data kategori produk, berikut tampilan halaman kategori produk:



Gambar 5.6 Tampilan Halaman Kategori Produk

7. Halaman Tambah Kategori

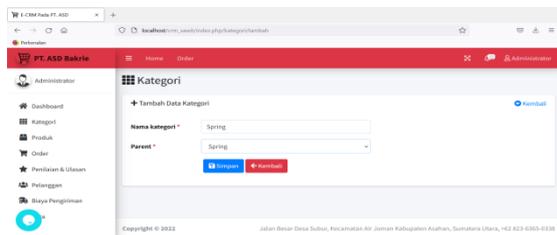
Halaman kategori merupakan halaman untuk admin menambah data kategori produk, berikut tampilan halaman tambah kategori:



Gambar 5.7 Tampilan Halaman Tambah Kategori

8. Halaman Edit Kategori

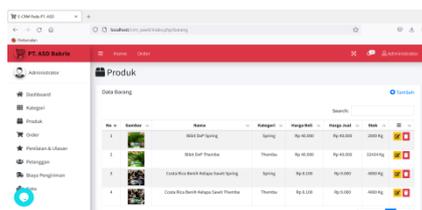
Halaman edit kategori merupakan halaman untuk mengubah data kategori produk, berikut tampilan halaman edit kategori:



Gambar 5.8 Tampilan Halaman Edit Kategori

9. Halaman Produk

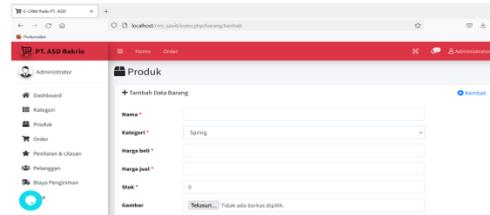
Halaman produk merupakan halaman untuk admin mengolah data produk, berikut tampilan halaman produk:



Gambar 5.9 Tampilan Halaman Produk

10. Halaman Tambah Produk

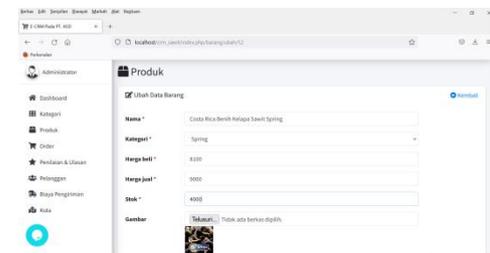
Halaman tambah produk merupakan halaman untuk menambah data produk, berikut tampilan halaman tambah produk:



Gambar 5.10 Tampilan Halaman Tambah Produk

11. Halaman Edit Produk

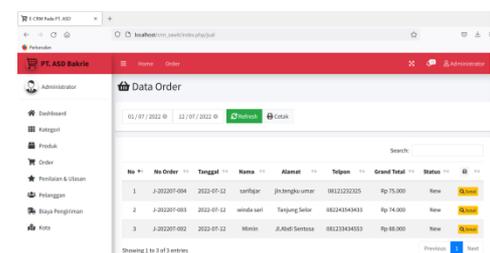
Halaman edit produk merupakan halaman untuk mengubah data produk, berikut tampilan halaman edit data produk:



Gambar 5.11 Tampilan Halaman Edit Produk

12. Halaman Order

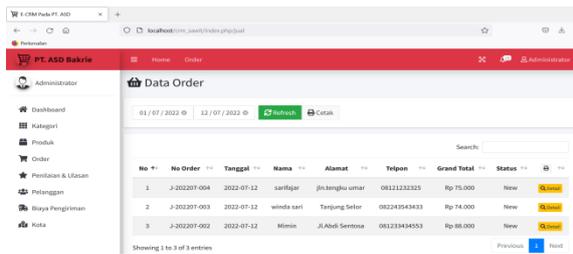
Halaman order merupakan halaman untuk mengolah data order, berikut tampilan halaman order:



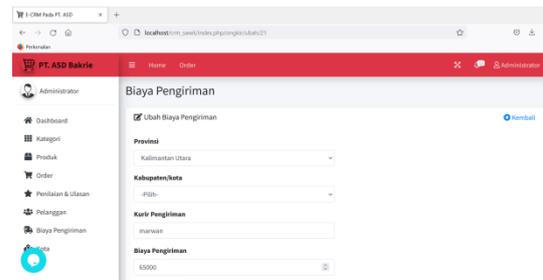
Gambar 5.12 Tampilan Halaman Order

13. Halaman Laporan Order

Halaman laporan order merupakan halaman untuk admin menginputkan tanggal laporan order untuk di proses, berikut tampilan halaman laporan order:



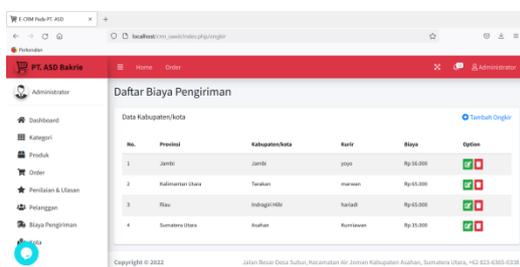
Gambar 5.13 Tampilan Halaman Laporan Order



Gambar 5.16 Tampilan Halaman Edit Ongkos Kirim

14. Halaman Ongkos Kirim

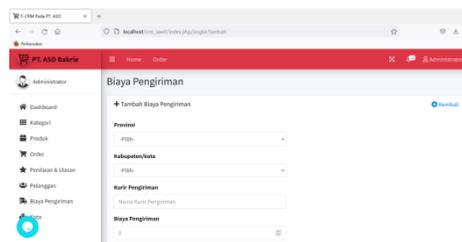
Halaman ongkos kirim merupakan halaman untuk admin mengolah data ongkos kirim, berikut tampilan halaman ongkos kirim:



Gambar 5.14 Tampilan Halaman Ongkos Kirim

15. Halaman Tambah Ongkos Kirim

Halaman tambah ongkos kirim merupakan halaman untuk admin menambah data ongkos kirim, berikut tampilan halaman tambah ongkos kirim:



Gambar 5.15 Tampilan Halaman Tambah Ongkos Kirim

16. Halaman Edit Ongkos Kirim

Halaman edit ongkos kirim merupakan halaman untuk admin mengubah data ongkos kirim, berikut tampilan halaman edit ongkos kirim:

KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membuat sistem ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem yang dibangun dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web* yang dapat mempermudah pelanggan.
2. Dengan menerapkan sistem pemesanan kecambah kelapa sawit dengan metode *Customer Relationship Management* (CRM) dapat membantu PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia dalam melakukan transaksi pembayaran dan pemasaran.
3. Sistem yang diterapkan dapat mempermudah PT. ASD Bakrie Oil Palm Seed Indonesia dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, sehingga pelanggan tetap mempercayai pembelian kecambah kelapa sawit.

SARAN

Dari proses implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membuat sistem ini, maka dapat diambil beberapa saran untuk pengembangan sistem ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem yang dibuat diharapkan bisa diterapkan dan sebaiknya harus benar-benar dikaji dan dipelajari secara mendalam, sehingga didapatkan kemudahan dalam menggunakan sistem baru.
2. Memaksimalkan penggunaan CRM guna memperoleh informasi tentang pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan.
3. Dapat menambahkan sistem keamanan pada CRM untuk menghindari serangan *hacker*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Rahmatin, "PENERAPAN COLLABORATIVE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA CV KOMISIONER DHARMA BHAKTI." STMIK AKAKOM Yogyakarta, 2017.
- [2] M. S. Malawat, D. Harwini, N. Mulyani, and J. Hutahaeen, "E-Commerce Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management (Crm)," J. Mantik Penusa, vol. 2, no. 2, 2018.
- [3] A. Supriatna and H. Budianto, "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GELORA MUKTI SPORT BERBASIS WEB," NUANSA Inform., vol. 13, no. 2, p. 11, 2019.
- [4] A. Muhazir, Y. Siagian, and I. Amelia, "Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi (Studi Kasus Ud . Gambaro Putro Air Joman)," Semin. Nas. R. 2018, vol. 9986, no. September, pp. 2–5, 2018.
- [5] R. P. Anjani, C. Prianto, and M. H. K. Saputra, Buku laporan forecasting barang inbound dan outbound menggunakan single exponential smoothing dan mape, vol. 1. Kreatif, 2020.